



# Data & Insights Company van het jaar

## **KLM Royal Dutch Airlines**

KLM, de nationale luchtvaartmaatschappij van Nederland en een trots onderdeel van de Air France-KLM Groep, onderscheidt zich als pionier in Customer Experience. De Net Promoter Score (NPS) is daarbij hun krachtigste wapen, een KPI die zo belangrijk is dat het deel uitmaakt van de prestatie-indicatoren voor de CEO. Het Customer Market Insights (CMI) team meet de NPS dagelijks op 800 individuele vluchten. Deze data wordt gecombineerd met vluchtoperatiegegevens, ticketgegevens en gedragsdata om een gedetailleerd inzicht in klanttevredenheid te bieden. Door toepassing van geavanceerde analysetechnieken, waaronder AI (artificial intelligence), slaagt KLM erin klantervaring, loyalty en revenues te optimaliseren op elke vlucht. De verworven inzichten worden binnen het bedrijf verspreid, via masterclasses en innovatieve dashboards, tot aan presentaties aan het bestuur, waarmee de toewijding van KLM aan data en insights door de hele organisatie voelbaar is. De jury erkent deze toewijding en nomineert KLM met trots voor de prestigieuze Data & Insights (D&I) Award.

## **NVM**

De Koninklijke Nederlandse Coöperatieve Vereniging van Makelaars en Taxateurs (NVM) is een toonaangevende ledenorganisatie van makelaars, taxateurs en vastgoeddeskundigen. Ze beschikt over zeer veel kennis en informatie van binnen en buiten de organisatie waarmee de leden worden ondersteund. In de inzending voor de award, laat NVM zien hoe ze met alle beschikbare data waardevolle producten en diensten voor haar leden ontwikkelt, zoals dashboards, calculatietools, publicaties, kennissessies en trainingen. Voor het beheer en het ontsluiten van de unieke database van vastgoedtransacties richtte ze in 2018 zelfs een aparte deelneming op: Brainbay. Met de veranderende rol van de makelaar en taxateur, heeft NVM besloten dat ze zich in de toekomst meer op consumenten wil richten. Met behulp van zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek, heeft de organisatie een representatiever en vollediger beeld gekregen van de veranderende behoeftes van de consument. Deze inzichten gaat de NVM benutten om een platform te creëren met relevante tools waarmee de consument ondersteund wordt in de zoektocht naar een woning. NVM is hiermee één van de kanshebbers voor de Data & Insights Award!



# Data & Insights Company van het jaar

## **McDonald's**

McDonald's laat zien dat ze niet alleen "BIG Mac" in hamburgers zijn, maar ook een BIG Mac ambitie in data & insights gedreven werken hebben. Ze hebben de mogelijkheden van het ontsluiten van data uit verschillende bronnen, denk aan de bestelzuilen in hun vestigingen en gebruik van de McDonald's app, geheel omarmd. Daardoor wordt er een persoonlijke ervaring gecreëerd. Deze "harde" data worden gecombineerd met fundamenteel onderzoek naar food trends, reputatie trackers en experimenten in de vestigingen zelf. Deze worden aangevuld door continue metingen van klanttevredenheid en social listening. Daarnaast is er een goed opgezette A/B test methodiek om snel tot juiste promoties/aanbieding op persoonlijk niveau te komen. De jury vond ook de manier waarop al deze kennis zowel in Nederland als aansluiting met de Global organisatie wordt gedeeld spreken van ambitie om een leidende rol te pakken als Data & Insights gedreven bedrijf. Een welverdiende nominatie!